

## **Pengaruh Harga, Pelayanan, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Karaoke Inul Vizta Kota Semarang**

**SITI NUR AININ NASYARAH**

(Pembimbing : DR Yohan Wismantoro, SE, MM)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202584@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Bisnis karaoke menunjukkan peningkatan yang signifikan akhir-akhir ini salah satunya kota Semarang. Inul Vizta menjadi satu-satunya tempat karaoke keluarga yang pertama kali dalam sejarah superbrands Indonesia, yang berhasil mendapatkan penghargaan superbrands 2013-2014 untuk kategori Entertainment. Karaoke family Inul Vizta mengalami peningkatan di tahun 2015 di bandingkan dengan merek lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa karaoke family Inul Vizta banyak diminati oleh masyarakat. Loyalitas pelanggan merupakan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang. Beberapa variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah harga, pelayanan, brand image dan brand trust. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan karaoke Inul Vizta di Kota Semarang dengan sampel sebanyak 104 pelanggan. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 2). Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 3). Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 4). Brand trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Harga, Pelayanan, Brand Image, Brand Trust dan Loyalitas Pelanggan.

## **The Effect of Price, Service, Brand Image and Brand Trust on Customer Loyalty of Karaoke Inul Vizta Semarang**

**SITI NUR AININ NASYARAH**

(Lecturer : DR Yohan Wismantoro, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &  
Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202584@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Karaoke business showed a significant increase lately, one of which Semarang city. Inul Vizta used the only place the family karaoke for the first time in the history of Superbrands Indonesia, which secured the 2013-2014 Superbrands award for the category Entertainment. Karaoke family Inul Vizta has increased in 2015, comparison with other brands. This shows that the karaoke family Inul Vizta much people more interested. Customer loyalty such as the price, service, brand image and brand trust. The population in this study is the customer of karaoke Inul Vizta in Semarang with a sample of 104 customers. Data analysis method used is multiple regression.

Results of the analysis showed that: 1). Price has positive and significant effect on customer loyalty. 2). Service has significant and positive effect on customer loyalty. 3). Brand Image has positive and significant effect on customer loyalty. 4). Brand trust has significant and positive effect on customer loyalty.

**Keyword** : Price, Service, Brand Image, Brand Trust and Customer Loyalty.